



Professionelles Angebotsmanagement im Technischen (B2B-) Vertrieb

**höhere Auftragswahrscheinlichkeit,
mehr Umsatz, bessere Margen**

Wen treffen Sie hier?

Vertriebs- und Account Manager*innen im Business-to-Business (B2B) Bereich sowie Mitglieder des Selling Teams (z.B. aus Produktmanagement und/oder Service), die

- aktive Unterstützung in komplexen Verkaufsprozessen geben suchen,
- wirkungsvolle Angebote zur Auftragsgewinnung generieren wollen,
- den Angebotserstellungsprozess strukturieren möchten

Was bringt es?

Nach diesem Workshop

- kennen Sie die wichtigsten Erfolgsfaktoren, die Auftragswahrscheinlichkeit und Margen erhöhen
- erstellen Sie Angebote, die Ihre Wettbewerbsvorteile gegenüber alternativen Lösungen herausstellen
- können Sie Ihren Verkaufsprozess wirksam strukturieren und Ihre Angebote belastbar kalkulieren
- setzen Sie Ihre Angebote für Entscheider und Kaufbeeinflusser wirkungsvoller in Szene



Woran arbeiten wir?

Der Verkaufsprozess im Technischen Vertrieb ist häufig relativ komplex. Nicht nur, weil es oft um nennenswerte Investitionen geht. Kunden kaufen heute nicht einfach Produkte - vielmehr erwarten sie maßgeschneiderte, individuelle Problemlösungen in möglichst kurzer Zeit. Daher gilt: Nur wer als Verkäufer die konkrete Situation des Kunden sowie seine Beschaffungs- und Entscheidungsprozesse versteht, kann ein Angebot platzieren, das aus Kundensicht die entscheidenden Vorteile gegenüber den Wettbewerbern bringt. Denn technologische Kompetenz bieten auch andere, sie wird heute schlicht und einfach vorausgesetzt. Darüber hinaus geht es beim Angebotsmanagement auch darum, Anfragen von vornherein richtig einzuschätzen: um Vertriebsressourcen auf Erfolg versprechende Projekte zu lenken und den für die Bearbeitung entstehenden Aufwand möglichst gering zu halten.

Programm

- Umsatz steigern, Auftragswahrscheinlichkeiten erhöhen und Margen vergrößern
 - Vertriebszyklus: der Weg vom Erstkontakt zum Auftrag
 - Konzeption eines erfolgreichen und wiederholbaren Verkaufsprozesses
 - Kreation einer "wertvollen" Angebotsposition
- Anfragen schnell und sicher bewerten
 - Anfragen einschätzen: Chancen, Risiken, Kundenwert
 - Die Checkliste zur Angebotsbewertung
 - Warum ist ein Vorangebotsgespräch so wichtig?



- Den Aufwand für Angebote im Rahmen halten
 - Konzentration auf Erfolg versprechende Projekte
 - Schnittstellen mit beteiligten Bereichen optimieren: z. B. Entwicklung, Produktion und Service
- Kunden gewinnen mit der Kundengewinnrechnung
 - Kosten, Leistungen, Kalkulation: Wie rechnen Käufer- und Verkäuferseite?
 - Investitionsentscheidungen mit der Wirtschaftlichkeits- und der Deckungsbeitragsrechnung
- Maximale Gewinnmargen beim Preis erzielen
 - Kosten- und Nutzelemente aus Sicht aller Beteiligten
 - Preise gestalten als optimalen Treffpunkt von Käufer und Verkäufer
 - Angebotsformen: Budgets, Festpreise etc.
- Angebote aus Kundensicht gestalten
 - Formaler Aufbau, Gestaltung, Präsentation
 - Wer trifft Entscheidungen im Buying Center? Passende Informationen für Einkäufer, Anwender und Entscheider
 - Kundennutzen, Wettbewerbsvorteile und die beste Value Position herausstellen



Quick Facts

- Termin: 16.-18.01.2020
- Umfang: 3 Tage
- Ort: Akademie der Ruhr-Universität
- Methodik: Vortrag, Diskussion, Gruppenarbeiten, Fallstudien
- Abschluss: Teilnahmebescheinigung*
- Kosten: 1.690,00 EUR, 1.490,00 EUR für VDI-Mitglieder
- Dozenten: Herr Dipl.-Wirt.-Ing. / MBM Udo-Volkmar Reschke
Herr Dipl.-Ing. / MBM, BBA Christian Harting

* Nach Besuch aller 6 Module sowie einer erfolgreich bestandenen Anschlussprüfung erhalten Teilnehmer*innen das Zertifikat zum / zur Vertriebsingenieur*in VDI